



บริษัท ด.เด็กกินผัก จำกัด

กลุ่มธุรกิจอาหาร-เครื่องปรุงอาหาร

ผู้ประกอบการ: นายธีระวุธ ศิริทองนภา

ที่ตั้ง: 75/6 หมู่ที่ 5 ตำบลอ่างทอง อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี 70000

โทรศัพท์: 099-051-6696

ความเป็นมา

บริษัท ด.เด็กกินผัก จำกัด ผู้ให้บริการด้านสินค้าเกษตรประเภทผักและผลไม้สด เป็นเจ้าของแบรนด์ Care Choice (แคร์ช้อยส์) ผงปรุงรสจากผัก ที่คัดสรรผักสดใหม่จากไร่ทุกวัน มาแปรรูปเป็นผงปรุงรสอาหารที่ปลอดภัย ไร้ผงชูรส

เป็นกิจการที่พัฒนางานจากการรวบรวมผักส่งให้กับโรงงานขนาดใหญ่แล้วขยายการใช้ประโยชน์จากผักมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยคำนึงถึง “สุขภาพ” เป็นหลักในการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรส และนำเอาข้อมูลความรู้จากการสังเกตพฤติกรรมผู้บริโภค สินค้าที่วางขายในโมเดิร์นเทรด และงานวิจัยที่พัฒนาขึ้นในกิจการของบริษัท

บริษัท มีรายได้ในช่วงเวลา 3 ปี แบบขึ้น-ลง เฉลี่ยแบบคงที่

พ.ศ. 2561 = 11,713,494.93 บาท

พ.ศ. 2562 = 16,310,239.38 บาท

พ.ศ. 2563 = 12,717,541.63 บาท

พ.ศ. 2564 บริษัทฯ มีรายได้เพิ่มขึ้น 30%

การดำเนินงาน

(1) นำวัตถุดิบจากการเกษตรที่เป็นผักจากแหล่งผลิตมาแปรรูปเป็นผงปรุงรส โดยนำผักต่าง ๆ ที่มีรูปร่างไม่สวยงาม เกษตรกรมักจะนำไปทิ้งโดยไม่เห็นถึงมูลค่า รวมทั้งส่วนที่เหลือจากการส่งเข้าไปยังโรงงาน

อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ มาใช้เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับธุรกิจผักสดตกแต่ง และได้นำเศษผักที่ไม่ผ่านคุณภาพ ไม่ได้มาตรฐานตามที่โรงงานอุตสาหกรรมกำหนด มาแปรรูปเป็นผงปรุงรส โดยวิธีการอบแห้งโดยใช้ลมร้อน

ในช่วงแรก นำมาเข้าตู้อบ LPG (ธรรมชาติ) ต่อมาได้สั่งซื้อเครื่องจักรเป็นตู้อบจากประเทศจีน เป็นเครื่องอบที่มีประสิทธิภาพสูง ใช้คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า ดึงน้ำออกจากผัก ใช้เวลาประมาณ 5 นาที แล้วนำไปบดแล้วผสมกับน้ำตาลเชิงเดี่ยว กลีโกลิวโคไซด์ (สูตรของบริษัทเอง ซึ่งบริษัทมีทีมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์) ทีมวิจัยทำเรื่องพัฒนารสชาติ กระบวนการผลิตที่เร็วขึ้น และทำอย่างไรให้สูญเสียในการผลิตน้อยที่สุด เน้นการปลอดภัย ตั้งแต่กรรมวิธีการล้าง และไม่ใส่สารเคมี ไม่มีการใช้สารแต่งสี กลิ่น หรือรสชาติ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีคอเลสเตอรอล เป็นผักที่ทุกเพศทุกวัยทานได้

(2) วัตถุดิบ รับซื้อผักจากเกษตรกรทั่วไป เช่น หัวไชเท้า หอมใหญ่ ผักชี

(3) มีการจ้างงานคนในชุมชน และนำผักในชุมชนมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผงปรุงรส

(4) การดำเนินกิจการในปี พ.ศ. 2564

- มีการพัฒนาระบบการผลิต

- เพิ่มช่องทางการตลาด นำสินค้าไปจำหน่ายในห้างโมเดิร์นเทรด ได้แก่ บิ๊กซีและโลตัส

(5) การดำเนินกิจการในปี พ.ศ. 2565

- มีการเตรียมहाลुक้าตลาดต่างประเทศ

- พัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม เช่น เครื่องแกงชนิดผงและอบแห้ง

- มีการวางแผนจัดทำระบบภายในโรงงาน ได้แก่ มาตรฐานระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (HACCP), ระบบพื้นฐานที่โรงงานผลิตอาหาร (GHP) และการวิจัยและพัฒนา (R&D)

- มีการออกงานแสดงสินค้า ร่วมกับ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP)

ผลความสำเร็จ

ได้รับมาตรฐาน/งานรางวัล

- การปฏิบัติที่ดีในการผลิตอาหาร (GMP)

- มาตรฐานระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (HACCP)

การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาสู่ BCG

(1) ความสอดคล้องกับ BCG

เป็นธุรกิจที่ดำเนินงานตามกรอบของ Circular Economy ในการใช้วัตถุดิบให้เกิดคุณค่าในทุกขั้นตอนต่าง ๆ ของการผลิต ในขณะที่เดียวกันผลิตภัณฑ์ในแบรนด์ใหม่ เป็นกิจการที่ขยายงานตาม Supply Chain

ที่ตนเองมีความเกี่ยวข้อง รวมทั้งการดำเนินงานต่าง ๆ ก็เป็นไปตามแบบแผนของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (รวมทั้งความเป็น BCG) ตามเงื่อนไขของมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง

(2) ความเป็นไปได้/โอกาสทางการตลาด

เป็นธุรกิจที่มีโอกาสเติบโตและขยายตัวอีกมาก ทั้งตามช่องทางของการจัดจำหน่ายทั้งตลาดแบบเดิม ตลาดแบบโมเดิร์นเทรด และตลาดออนไลน์ รวมทั้งการร่วมพัฒนาพื้นที่ใหม่ ๆ ของตลาดอาหารที่สอดคล้องกับพฤติกรรมใหม่ ๆ ของผู้บริโภค

.....

มิถุนายน 2565